

contrario, puede elegir su tema, su marco y su ángulo, pero no puede intervenir en el interior del objeto (salvo en caso de trucos fotográficos). En otras palabras, la denotación del dibujo es menos pura que la denotación fotográfica, pues no hay nunca dibujo sin estilo. Finalmente, como en todos los códigos, el dibujo exige un aprendizaje (Saussure atribuía una gran importancia a este hecho semiológico). ¿La codificación del mensaje denotado tiene consecuencias sobre el mensaje connotado? Es evidente que al establecer una cierta discontinuidad en la imagen, la codificación de la letra prepara y facilita la connotación: la de un dibujo ya es una connotación; pero al mismo tiempo, en la medida en que el dibujo exhibe su codificación, la relación entre los dos mensajes resulta profundamente modificada; ya no se trata de la relación entre una naturaleza y una cultura (como en el caso de la fotografía), sino de la relación entre dos culturas: la del dibujo no es la de la fotografía.

En efecto, en la fotografía -al menos a nivel del mensaje literal-, la relación entre los significados y los significantes no es de “transformación” sino de “registro”, y la falta de código refuerza evidentemente el mito de la fotográfica: la escena está ahí, captada mecánicamente, pero no humanamente (lo mecánico es en este caso garantía de objetividad); las intervenciones del hombre en la fotografía (encuadre, distancia, luz, flou, textura) pertenecen por entero al plano de la connotación. Es como si el punto de partida (incluso utópico) fuese una fotografía bruta (de frente y nítida), sobre la cual el hombre dispondría, gracias a ciertas técnicas, los signos provenientes del código cultural. Aparentemente, sólo la oposición del código cultural y del no-código natural pueden dar cuenta del carácter específico de la fotografía y permitir evaluar la revolución antropológica que ella representa en la historia del hombre, pues el tipo de conciencia que implica no tiene precedentes. La fotografía instala, en efecto, no ya una conciencia del estar-allí de la cosa (que cualquier copia podría provocar), sino una conciencia del haber estado allí. Se trata de una nueva categoría del espacio-tiempo: local inmediata y temporal anterior; en la fotografía se produce una conjunción ilógica entre el aquí y el antes. Es pues, a nivel de este mensaje denotado, o mensaje sin código, que se puede comprender plenamente la irrealidad real de la fotografía; su irrealidad es la del aquí, pues la fotografía no se vive nunca como ilusión, no es en absoluto una presencia; será entonces necesario hablar con menos entusiasmo del carácter mágico de la imagen fotográfica. Su realidad es la del haber-estado-allí, pues en toda fotografía existe la evidencia siempre sorprendente del, “aquello sucedió así” poseemos pues, milagro precioso, una realidad de la cual estamos a cubierto. Esta suerte de ponderación temporal (haber-estado-allí) disminuye probablemente el poder proyectivo de la imagen (muy pocos tests psicológicos recurren a la fotografía, muchos al dibujo): el aquello fue denota al soy yo. Si estas observaciones poseen algún grado de exactitud, habría que relacionar la fotografía con una pura conciencia espectral, y no con la conciencia ficcional, más proyectiva, más “mágica”, de la cual, en términos generales, dependería el cine. De este modo, sería lícito ver entre el cine y la fotografía, no ya una simple diferencia de grado sino una oposición radical: el cine no sería fotografía animada; en él, el haber-estado-allí desaparecería en favor de un estar-allí de la cosa. Esto explicaría el hecho de que pueda existir una historia del cine, sin verdadera ruptura con las artes anteriores de la ficción, en tanto que, en cierta medida, la

fotografía escaparía a la historia (pese a la evolución de las técnicas y a las ambiciones del arte fotográfico) y representaría un hecho antropológico “plano”, totalmente nuevo y definitivamente insuperable; por primera vez en su historia la humanidad estaría frente a mensajes sin código; la fotografía no sería pues, el último término (mejorado) de la gran familia de las imágenes, sino que correspondería a una mutación capital de las economías de información.

En la medida en que no implica ningún código (como en el caso de la fotografía publicitaria), la imagen denotada desempeña en la estructura general del mensaje icónico un papel particular que podemos empezar a definir (volveremos sobre este asunto cuando hayamos hablado del tercer mensaje): la imagen denotada naturaliza el mensaje simbólico, vuelve inocente el artificio semántico, muy denso (principalmente en publicidad), de la connotación. Si bien el afiche Panzani está lleno de símbolos, subsiste en la fotografía una suerte de estar-allí natural de los objetos, en la medida en que el mensaje literal es suficiente: la naturaleza parece producir espontáneamente la escena representada; la simple validez de los sistemas abiertamente semánticos es reemplazada subrepticamente por una pseudo verdad: la ausencia de código desintelectualiza el mensaje porque parece proporcionar un fundamento natural a los signos de la cultura. Esta es sin duda una paradoja histórica importante: cuanto más la técnica desarrolla la difusión de las informaciones (y principalmente de las imágenes), tanto mayor es el número de medios que brinda para enmascarar el sentido construido bajo la apariencia del sentido dado.

Retórica de la imagen.

Hemos visto que los signos del tercer mensaje (mensaje “simbólico”), cultural o connotado) eran discontinuos; aún cuando el significante parece extenderse a toda la imagen, no deja de ser un signo separado de los otros: la composición conlleva un significado estético que se asemeja a la entonación que, aunque suprasegmental, es un significante aislado del lenguaje. Estamos pues, frente a un sistema norma, cuyos signos provienen de un código cultural (aún cuando la relación de los elementos del signo parezca ser más o menos analógica). Lo que constituye la originalidad del sistema, es que el número de lecturas de una misma lexia (de una misma imagen) varía según los individuos: en la publicidad Panzani, anteriormente analizada, hemos señalado cuatro signos de connotación: es probable que existan otros (la red puede significar, por ejemplo, la pesca milagrosa, la abundancia, etc.). Sin embargo, la variación de las lecturas no es anárquica, depende de los diferentes saberes contenidos en la imagen (saber práctico, nacional, cultural, estético), y estos saberes pueden clasificarse, constituir una tipología. Es como si la imagen fuese leída por varios hombres, y esos hombres pueden muy bien coexistir en un solo individuo: una misma lexia moviliza léxicos diferentes. ¿Qué es un léxico? Es una porción del plano simbólico (del lenguaje) que corresponde a un conjunto de prácticas y de técnicas;¹² este es, en efecto, el caso de las diferentes lecturas de la imagen: cada signo corresponde a un conjunto de “actitudes” --turismo, actividades domésticas, conocimiento del arte-- algunas de las cuales pueden evidentemente faltar a nivel individual. En un mismo hombre hay una pluralidad y una coexistencia de léxicos: el número y la identidad de estos léxicos forman de algún modo el idiolecto de cada uno. La

imagen, en su connotación, estaría entonces constituida por una arquitectura de signos provenientes de léxicos (de idiolectos), ubicados en distintos niveles de profundidad. Si, como se piensa actualmente, la psique misma está articulada como un lenguaje, cada léxico, por que sea, está codificado. O mejor aún, cuanto más se en la profundidad psíquica de un individuo, tanto mayor es la rarificación de los signos y mayor también la posibilidad de clasificarlos: ¿hay acaso algo más sistemático que las lecturas del Rorschach? La variabilidad de las lecturas no puede entonces amenazar la de la imagen, si se admite que esta lengua está compuesta de idiolectos, léxicos o sub-códigos: así como el hombre se articula hasta el fondo de sí mismo en lenguajes distintos, del sentido atraviesa por entero la imagen. La lengua de la imagen no es sólo el conjunto de palabras emitidas (por ejemplo a nivel del que combina los signos o crea el mensaje), sino que es también el conjunto de palabras recibidas:¹³ la lengua debe incluir las “sorpresas” del sentido.

Otra dificultad relacionada con el análisis de la connotación, consiste en que a la particularidad de sus significados no corresponde un lenguaje analítico particular. ¿Cómo denominar los significados de connotación? Para uno de ellos, hemos adelantado el término de italianidad, pero los otros no pueden ser designados más que por vocablos provenientes del lenguaje corriente (preparación-culinaria, naturaleza-muerta, abundancia): el metalenguaje que debe hacerse cargo de ellos en el momento del análisis no es especial. Esto constituye una dificultad, pues estos significados tienen una naturaleza semántica particular; como sema de connotación, no recubre exactamente en el sentido denotado; el significante de connotación (en este caso la profusión y la condensación de los productos) es algo así como la cifra esencial de todas las abundancias posibles, o mejor dicho, de la idea más pura de la abundancia. Por el contrario, la palabra denotada no remite nunca a una esencia, pues está siempre encerrada en que un habla contingente, un sintagma continuo (el del discurso verbal), orientado hacia una cierta transitividad práctica del lenguaje. El sema, por el contrario, es un concepto en estado puro, separado de todo sintagma, privado de todo contexto; corresponde a una suerte de estado teatral del sentido, o, mejor dicho (puesto que se trata de un signo sin sintagma), a un sentido expuesto. Para expresar estos semas de connotación, sería preciso utilizar un metalenguaje particular. Hemos adelantado italianidad; son precisamente barbarismos de este tipo lo que con mayor exactitud podrían dar cuenta de los significados de connotación, pues el sufijo -tas (indoeuropeo -tà) servía para formar, a partir del adjetivo, un sustantivo abstracto: la italianidad no es Italia, es la esencia condensada de todo lo que puede ser italiano, de los spaghetti a la pintura. Si se aceptase regular artificialmente -y en caso necesario de modo bárbaro- la denominación de los semas de connotación, se facilitaría en análisis de su forma.¹⁴ Estos semas se organizan evidentemente en campos asociativos, en articulaciones paradigmáticas, quizás incluso en oposiciones, según ciertos recorridos, o como dice A. J. Greimas, según ciertos ejes sémicos:¹⁵ Italianidad pertenece a un cierto eje de las nacionalidades, junto a la francesidad, la germanidad o la hispanidad. La reconstrucción de esos ejes -que por otra parte pueden más adelante oponerse entre sí- no será sin duda posible antes de haber realizado un inventario masivo de los sistemas de connotación, no sólo del de la imagen sino también de los de

otras sustancias, pues si bien es cierto que la connotación posee significantes típicos según las sustancias utilizadas (imagen, palabras, objetos, comportamientos), pone todos sus significados en común: encontraremos siempre los mismos significados en el periodismo, la imagen o el gesto del actor (motivo por el cual la semiología no es concebible más que en un marco por así decirlo total). Este campo común de los significados de connotación, es el de la ideología, que no podría ser sino única para una sociedad y una historia dadas, cualesquiera sean los significantes de connotación a los cuales recurra.

A la ideología general corresponden, en efecto, significantes de connotación que se especifican según la sustancia elegida. Llamaremos connotadores a estos significantes, y retórica al conjunto de connotadores: la retórica aparece así como la parte significativa de la ideología. Las retóricas varían fatalmente por su sustancia (en un caso el sonido articulado, en otro la imagen, el gesto, etc.), pero no necesariamente por su forma. Es incluso probable que exista una sola forma retórica, común por ejemplo al sueño, a la literatura y a la imagen.¹⁶ De este modo la retórica de la imagen (es decir la clasificación de sus connotadores) es específica en la medida en que está sometida a las exigencias físicas de la visión (diferentes de las exigencias fonatorias, por ejemplo), pero general en la medida en que las no son más que relaciones formales de elementos. Si bien esta retórica no puede constituirse más que a partir de un inventario bastante vasto, puede, sin embargo, preverse desde ahora que encontraremos en ella algunas de las figuras ya señaladas por los antiguos y los clásicos.¹⁷ De este modo el tomate significa la italianidad por metonimia; por otra parte, de la secuencia de tres escenas (café en grano, café en polvo, café saboreado) se desprende por simple yuxtaposición una cierta relación lógica comparable al asíndeton. En efecto, es probable que entre la metáforas (o figuras de sustitución de un significante por otro,¹⁸ la que proporcione a la imagen el mayor número de sus connotadores sea la metonimia; y entre las parataxis (o figuras del sintagma), la que domine sea el asíndeton.

Sin embargo, lo más importante -al menos por ahora- no es hacer el inventario de los connotadores, sino comprender que en la imagen total ellos constituyen rasgos discontinuos, o mejor dicho, erráticos. Los connotadores no llenan toda la lexia, su lectura no la agota. En otras palabras (y esto sería una proposición válida para la semiología en general), todos los elementos de la lexia no pueden ser transformados en connotadores, subsiste siempre en el discurso una cierta denotación, sin la cual el discurso no sería posible. Esto nos lleva nuevamente al segundo mensaje o imagen denotada. En el anuncio de *Panzani*, las legumbres mediterráneas, el color, la composición, y hasta la profusión, surgen como bloques erráticos, al mismo tiempo aislados e insertados en una escena general que tiene su espacio propio y, como lo hemos visto, su "sentido": *están en un sintagma que no les corresponde y que es el de la denotación*. Esta es una proposición importante, pues nos permite fundamentar (retroactivamente) la distinción estructural entre el segundo mensaje que es literal o del tercer mensaje que es simbólico, y precisar la función naturalizante de la denotación respecto de la connotación; sabemos ahora que lo que el sistema del mensaje connotado es el sintagma del mensaje denotado. En otros términos: la connotación no es más que sistema, no puede definirse más que en términos de paradigma; la denotación icónica no es más que sintagma, asocia elementos sin sistema; los connotadores

discontinuos están relacionados, actualizados, a través del sintagma de la denotación.

NOTAS.

¹ La descripción de la fotografía está hecha aquí con toda prudencia, pues ya constituye un Metalenguaje. Remitimos al lector a la fotografía que se reproduce junto a este artículo.

² Llamaremos signo típico al signo de un sistema, en la medida en que está suficientemente definido por su sustancia: el signo verbal, el signo icónico, el signo gestual son otros tantos signos típicos.

³ En francés (en el original), la expresión se refiere a la presencia original de objetos fúnebres, tales como un cráneo, en ciertos cuadros.

⁴ incluido en este volumen, p. 115.

⁵ El análisis es una enumeración de elementos la descripción estructural quiere captar la relación de estos elementos en virtud del principio de solidaridad de los términos de una estructura: si un término cambia, cambian también los otros.

⁶ Elementos..., pág. 62 de este volumen.

⁷ El arte de los emblemas, 1684.

⁸ La imagen sin palabra se encuentra sin duda, pero a título paradójico, en algunos dibujos humorísticos; la ausencia de palabra recubre siempre una intención enigmática.

⁹ Elementos..., IV, págs. 64-65 de este volumen.

¹⁰ Esto se ve bien en el caso paradójico en que la imagen está construida, según el texto, y en el cual, por consiguiente, el control parecería inútil. Una propaganda que quiere dar a entender que en tal café el aroma es del producto en polvo, y que por consiguiente se lo encontrará intacto en el momento de comenzar a utilizar el producto, hace figurar por encima del texto un paquete de café rodeado de una cadena y un candado. En este caso la metáfora lingüística (...) está tomada al pie de la letra (procedimiento poético muy corriente); pero en realidad, lo que primero se lee es la imagen, y el texto que la ha formado se convierte en la simple selección de un significado entre otros: la represión aparece en el circuito bajo la forma de una trivialización del mensaje.

¹¹ más arriba el artículo de Claude Bremond.

¹² A. J. Greimas, (13) Elementos..., pág. 22 de este volumen.

¹³ Desde el punto de vista saussuriano el habla es sobre todo lo que se emite, tomándolo de la lengua (y que a su vez la constituye). Hoy en día, es necesario ampliar la noción de lengua, sobre todo desde el punto de vista semántico: la lengua es... de los mensajes emitidos y recibidos.

¹⁴ Forma, en el sentido preciso que le da Hjelmslev (cf. Elementos..., p. 62), como organización funcional de los elementos entre sí.

¹⁵ A. J. Greimas, Cours de Sémantique, 1964, fascículos mimeografiados por el École Normale Supérieure de Saint-Cloud.

¹⁶ E. Benveniste, en La Psychanalyse, 1, 1956, págs. 3-16.

¹⁷ La retórica clásica deberá ser repensada en términos estructurales (tal el objetivo de un trabajo en preparación): entonces será tal vez posible establecer una retórica general o lingüística de los significantes de connotación, válida para el sonido articulado, la imagen, el gesto, etc.

¹⁸ Preferiremos eludir aquí la oposición de Jakobson entre la metáfora y la metonimia, pues si por su origen la metonimia es una figura de la contigüidad, no por eso deja finalmente de funcionar como un sustituto del significante, es decir, como una metáfora.